

УДК 339.138

Єлісєєва Л. – ст. гр. БМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЯК ЗАСІБ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: ст.викладач Шевчук Я.М.

Yeliseeva L.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGY AS A TOOL FOR ECONOMIC GROWTH ENTERPRISE

Supervisor: senior teacher Shevchuk Y.M.

Ключові слова: маркетингова стратегія, економічне зростання

Keywords: marketing strategy, economic growth

В сучасних умовах все більше організацій вдається до розробки програм стратегічного розвитку. Для великих підприємств, котрі мають у своєму розпорядженні чималі грошові кошти, а надто таких, які спеціалізуються у сфері продажу, послуг тощо, наявність стратегії та вироблення й впровадження нових стратегій розвитку є необхідною умовою для виживання у конкурентному середовищі.

Неабияку увагу в процесі моніторингу, аналізу ринку та прогнозування дій конкурентів, слід приділяти підприємствам, зайнятих виготовленням та продажем меблів, адже за останні роки в галузі намітилась тенденція до збільшення обсягів виробництва та її диверсифікації. Експерти переконані, що цей ринок має перспективу до зростання принаймі на найближчі роки, а також він є ефективним для залучення інвестицій та впровадження новітніх технологій. Так, меблева галузь не має підтримки в державі, а отже підприємствам задіяним у цій галузі доводиться розробляти таку стратегію розвитку, яка б забезпечувала економічне зростання при будь-якому стані ринку. Однією з таких стратегій є маркетингова стратегія, що дозволяє організації адаптуватися до мінливих умов ринку.

Актуальність стратегічного маркетингу обумовлена цілим рядом факторів: зростає швидкість інновацій, скорочуються терміни переходу від розробки до широкомасштабної реалізації; зрілістю ринків, що веде до їх фрагментації, а, отже, до посилення конкуренції. Саме тому ключовим моментом в діяльності компанії має бути розробка маркетингової стратегії. Питання розробки маркетингової стратегії підприємства є актуальним з тієї причини, що в комплексі маркетингу організація збутової мережі займає одне з провідних місць. Так, навіть добре розроблена і правильно розрахована маркетингова стратегія може не дати позитивних результатів, якщо система збуту не відповідає поставленим завданням.

Таким чином, можна зробити висновок, що незалежно від сфери діяльності та розмірів підприємства, воно досягає своїх кінцевих цілей тільки завдяки правильно розробленій стратегії. Оскільки маркетингова стратегія грає велику роль в існуванні організації за сучасних умов, необхідно постійно проводити моніторинг і маркетингові дослідження ринку для успішного функціонування підприємства.